

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku merupakan *respons* atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar) Skinner (Mukhamad Aminudin, 2016, hlm.16). Perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik dapat diamati langsung maupun yang tidak diamati oleh pihak luar Notoatmojo (Mukhamad Aminudin, 2016, hlm.16)

Kata konsumtif mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Widiastuti (Meida, 2009, hlm. 26)

Perilaku konsumtif sebagai suatu keinginan dalam mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal". Sabirin (Meida, 2009, hlm. 26)

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Suyasa dan Fransisca (Meida, 2009, hlm. 26)

Perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*). Lubis (Nur Fitriyani dkk. 2013, hlm. 56)

Berdasarkan uraian di atas, dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana individu mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang tidak lagi didasarkan atas pertimbangan rasional serta lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan saja sehingga menimbulkan pemborosan.

2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (Apriyan, 2015, hlm. 4) adalah:

a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburhamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendy.

Maka aspek-aspek dalam perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

3. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Chris Sjahbuana (2014) adalah :

- a. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- b. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri.
- c. Berpenilaian bahwa produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
- d. Ingin meniru mode yang sedang ngetrend.
- e. Untuk menarik perhatian dari orang lain.

Berdasarkan uraian di atas maka ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu diantaranya berperilaku boros , lebih mementingkan hasrat atau keinginan dibandingkan kebutuhan, dan mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya.

B. *Do It Yourself* (DIY)

1. Pengertian *Do It Yourself* (DIY)

Do it your self (DIY) berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari tiga kata yaitu Do (mengerjakan/ melakukan), It (itu), Yourself/ Self (sendiri). *Do it your self* (DIY) yang secara harfiah berarti “melakukannya sendiri”.

Do it your self (DIY) berkaitan dengan kemandirian, kemandirian berasal dari kata mandiri yang diartikan sebagai suatu kondisi di mana seseorang tidak tergantung kepada orang lain dalam menentukan keputusan dan adanya sikap percaya diri. Chaplin (Priskila, 2013, hlm. 12).

Do it your self (DIY) adalah metode membangun, memodifikasi, atau memperbaiki sesuatu tanpa bantuan langsung para ahli atau profesional etika DIY mempromosikan gagasan bahwa setiap orang mampu melakukan berbagai tugas daripada mengandalkan spesialis dibayar.

Berdasarkan uraian di atas maka *Do it your self* (DIY) adalah sikap atau tindakan mandiri dan mengeluarkan kreatifitas dalam diri seseorang dalam memperbaiki atau membuat suatu produk dan pada dasarnya diharapkan manusia untuk lebih menghemat.

2. Sejarah *Do It Yourself* (DIY)

Istilah *Do It Yourself* telah dikaitkan dengan konsumen setidaknya sejak tahun 1912 terutama dalam domain perbaikan rumah dan kegiatan pemeliharaan. Kata atau aktivitas *Do It Yourself* digunakan secara umum sejak tahun 1950 di Amerika Serikat. Pada dasarnya, kata ini ditunjukan untuk aktivitas yang mandiri mengarah kepada kegiatan membangun, merakit, membuat sendiri tanpa bantuan tenaga ahli atau profesional.

Istilah *Do It Yourself* dalam komunitas *Underground* ini memang tidak lepas dari sejarah perkembangan musik *sidestream* di Amerika Serikat, karena memang istilah ini menjadi semacam ideologi para pemuda pada masa transformasi dan reformasi *rock n roll* dan lahirnya *Punk* sebagai genre musik dan gaya hidup lahir sekitar tahun 60-an hingga 70-an. Dalam subkultur punk etika *Do It Yourself* sangat terkait dengan ideologi punk dan *anticonsumerism*, sebagai penolakan terhadap kebutuhan untuk membeli barang.

Berdasarkan uraian di atas istilah *Do It Your Self* (DIY) telah ada sejak tahun 1912 dalam domain perbaikan rumah dan kegiatan pemeliharaan, dan istilah ini digunakan secara umum sejak tahun 1950 di Amerika Serikat, tidak hanya itu *Do It Your Self* (DIY) digunakan oleh komunitas *Underground* sebagai ideologi.

3. Ciri-Ciri Sikap *Do It Your Self* (DIY)

Ciri-ciri kemandirian menurut Parker (Ra. Kiki Anggela, 2015) yaitu:

- a. Tanggung jawab. Tanggung jawab berarti memiliki tugas untuk menyelesaikan sesuatu dan diminta pertanggung-jawaban atas hasil kerjanya.
- b. Independensi. Independensi adalah suatu kondisi dimana seseorang tidak tergantung kepada otoritas dan tidak membutuhkan arahan. Independensi juga mencakup ide adanya kemampuan mengurus diri sendiri dan menyelesaikan masalah diri sendiri.
- c. Otonomi dan kebebasan untuk menentukan keputusan sendiri. Kemampuan menentukan arah sendiri (self-determination) berarti mampu mengendalikan atau mempengaruhi apa yang akan terjadi kepada dirinya sendiri.
- d. Keterampilan memecahkan masalah.
- e. Dengan dukungan dan arahan yang memadai, individu akan terdorong untuk mencapai jalan keluar bagi persoalan-persoalan praktis relasional mereka sendiri.

ciri-ciri kemandirian menurut Mustafa (Ra. Kiki Anggela, 2015) yaitu:

- a. Mampu menentukan nasib sendiri, segala sikap dan tindakan yang sekarang atau yang akan datang dilakukan atas kehendak sendiri dan bukan karena orang lain atau tergantung pada orang lain.
- b. Mampu mengendalikan diri, maksudnya untuk meningkatkan pengendalian diri atau adanya kontrol diri yang kuat dalam segala tindakan, mampu beradaptasi dengan lingkungan atas usaha dan mampu memilih jalan hidup yang baik dan benar.
- c. Bertanggung jawab, adalah kesadaran yang ada dalam diri seseorang bahwa setiap tindakan akan mempunyai pengaruh terhadap orang lain dan dirinya sendiri, dan bertanggung jawab dalam melaksanakan segala kewajiban-kewajiban baik itu belajar ataupun melakukan tugas-tugas rutin.

- d. Kreatif dan inisiatif, kemampuan berfikir dan bertindak secara kreatif dan inisiatif sendiri dalam menghasilkan ide-ide baru.
- e. Mengambil keputusan dan mengatasi masalah sendiri, memiliki pemikiran, pertimbangan-pertimbangan, pendapat sendiri dalam pengambilan keputusan yang dapat mengatasi masalah sendiri serta berani menghadapi resiko terlepas dari pengaruh atau bantuan dari pihak lain.

Berdasarkan uraian di atas maka ciri-ciri dari sikap *Do it your self* (DIY) atau etika kemandirian diantaranya adalah bersikap tanggungjawab dalam tugas yang dikerjakan, bersikap kreatif dan inovatif dan dapat mengandalkan dirinya sendiri.

C. REMAJA

1. Pengertian Remaja

Remaja adalah suatu tahap kehidupan yang bersifat peralihan dan tidak menetap. Sofyan S dan Willis (2014, hlm. 1) Remaja merupakan masa peralihan perkembangandari masa kanak-kanak menuju dewasa. Santrock (Hotpascaman, 2010, hlm. 19) Remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja tengah 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun. Pada usia ini remaja mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikis. Perubahan ini berlangsung begitu cepat dan sangat dipengaruhi tren dan mode. Monks, dkk (Nur Fitriyani, Presetyo, Nailul, 2013, hlm. 56)

Berdasarkan uraian di atas maka remaja adalah masa transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa yang mengalami perubahan secara fisik maupun psikis.

2. Perilaku Konsumtif Pada Remaja

Remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan. Jatman (Nur fitriyani dkk. 2013, hlm. 56) Perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja”. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Sumartono (Nur fitriyani dkk. 2013, hlm. 56)

Pada masa remaja individu cenderung untuk mengikuti kelompoknya. Remaja ingin meniru apa yang sedang “*trend*” di kalangan kelompoknya. Remaja berusaha untuk melakukan imitasi dengan kelompoknya agar dapat diterima dengan baik dalam kelompok tersebut. Hal itu menyebabkan dalam membeli sesuatu, remaja sering melakukan pembelian sesuai dengan keinginannya bukan kebutuhannya. Hurlock (Erli, 2011, hlm.3)

Konsumen remaja mempunyai ciri-ciri tersendiri yang menyebabkannya lebih mudah dalam menggapai tawaran pasar. Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut: mudah terbujuk oleh rayuan iklan, mudah terbujuk oleh iklan dengan model iklan yang diperankan oleh artis, dan bentuk iklan yang dibuat semenarik mungkin, kurang bersifat hemat dan kurang realistis, romantis, dan impulsif Johnstone (Erli, 2011, hlm. 3)

Adanya ciri diatas menunjukkan bahwa remaja memang berpotensi untuk menjadi konsumtif. Hal ini sangat relevan dengan perilaku konsumtif itu sendiri yang sangat menonjolkan kesenangan, keinginan sesaat, dan kepuasan fisik atau hanya ingin mencoba sesuatu yang baru bukan didasari oleh faktor kebutuhan.

3. Dampak Negatif Perilaku Konsumtif terhadap Remaja

Dampak negatif dari perilaku konsumtif menurut Irmasari (Nur fitriyani dkk. 2013, hlm. 58) sebagai berikut:

“Perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif, terutama bagi remaja. Dampak negatif perilaku konsumtif antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial muncul karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang”.

Dampak negatif yang muncul dari perilaku konsumtif adalah dapat menyebabkan kecemasan. Hal tersebut dikarenakan individu selalu merasa bahwa ada tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya. Suyasa dan Fransisca (Nur fitriyani dkk. 2013, hlm. 56)

Berdasarkan uraian di atas dampak negatif perilaku konsumtif terhadap remaja adalah kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, kecemasan dalam artian individu merasa bahwa ada tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya.

D. Pendidikan Konsumen

Konsumen adalah orang yang menggunakan uang untuk membeli MCNeal, J.U (Sri Sudaryati, dkk.,2005, hlm. 1) Pengertian yang lebih luas konsumen adalah pemakai barang dan jasa Soedi Yono,R. (Sri Sudaryati, dkk., 2005, hlm. 1).

Dengan demikian pendidikan konsumen merupakan suatu pendidikan yang mengajarkan bagaimana membeli atau memakai barang dan jasa yang tersedia di pasaran untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Di dalam pendidikan konsumen terkandung nilai-nilai implisit yang patut ditumbuhkembangkan pada siswa, seperti: memiliki kesadaran akan diri sendiri (misalnya tahu membedakan antara kebutuhan dan keinginan), memiliki tanggung jawab (misalnya kesadaran membayar rekening), menjadi hemat, hidup sederhana (misalnya menabung), menjadi lebih bijaksana (misalnya memilih ketika membeli), dan memiliki perencanaan (misalnya mengalokasikan uang) dalam kehidupannya. Knapp (Sri wening, 2012, hlm. 56)

Di Indonesia pendidikan konsumen tidak secara khusus ada dalam kurikulum sekolah, namun ilmu konsumen banyak tersembunyi dalam mata pelajaran seperti mata pelajaran IPS bidang ekonomi , dan mata pelajaran PKn yang dibelajarkan di sekolah.

Tabel 2.1
Nilai-Nilai Moral dan Tujuan dalam Pendidikan Konsumen

Nilai Moral Dalam Cakupan Luas	Tujuan
Kesadaran diri sendiri	Untuk menanamkan kesadaran membeli dengan membedakan antara kebutuhan dan keinginan barang yang dikonsumsi.
Tanggung jawab	Untuk mengembangkan kemampuan mengenal kehidupan suatu masyarakat dan menyadari saling ketergantungan kehidupan sosial, misal membayar pajak, rekening, iuran, dll.
Hemat	Untuk mendorong penggunaan sumber-sumber secara efisien dari pada memboroskan, dan menerapkan hidup hemat dan sederhana dalam perilaku konsumsi dengan menabung.
Bijaksana	Untuk menanamkan kemampuan memilih barang dan jasa konsumsi pada tingkat harga dan jaminan mutu yang setara dan sesuai dengan kebutuhan.
Menghargai nilai uang	Untuk menanamkan pemahaman untuk menghargai barang yang dimiliki dengan merawat barang tersebut.
Sederhana	Untuk menanamkan pemahaman untuk hidup wajar tidak berlebihan.
Nasionalisme	Untuk menanamkan pemahaman agar menghargai dan mencintai serta memiliki kebanggaan terhadap barang-barang yang di produksi oleh bangsa sendiri.

Sumber: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan

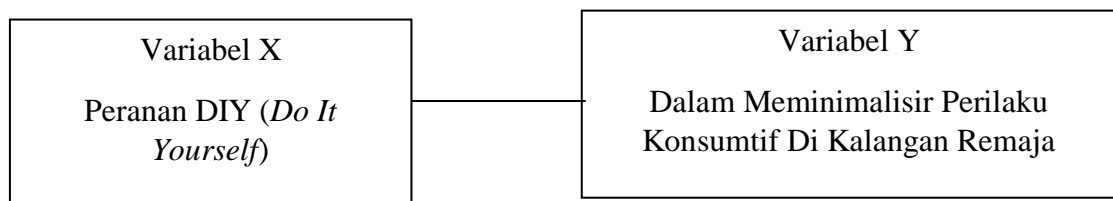
E. Kerangka Pemikiran

Remaja adalah suatu periode transisi dari masa awal anak-anak hingga masa awal dewasa, yang dimasuki pada usia kira-kira 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 tahun hingga 22 tahun.

Sikap DIY (*do it yourself*) merupakan salah satu pembahasan yang tepat dalam membantu meminimalisir perilaku konsumtif di kalangan remaja.

Pada bahasan DIY (*do it yourself*), dapat membangun sikap mandiri dan kreativitas remaja dalam menghemat biaya. Dalam hal ini, remaja lebih menghargai nilai uang, tanggung jawab, hemat sederhana, dll.

Tabel 2.2
Kerangka pemikiran



F. Asumsi dan Pertanyaan Penelitian

1. Asumsi

Asumsi adalah suatu titik tolak pemikiran yang melandasi suatu masalah yang kebenarannya dibina oleh penelitian dalam kaitannya dengan masalah yang diteliti, menurut Winan Surachman bahwa anggapan dasar atau postulat adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik. Asumsi itu menjadi titik pangkal yang tidak lagi menjadi keterangan bagi peneliti.

Berdasarkan pengertian di atas maka penulis merumuskan asumsi sebagai berikut :

- a) Perilaku konsumtif sering di jumpai di kalangan remaja
- b) Kalangan remaja membeli barang bukan untuk memenuhi kebutuhan namun lebih sebagai pemenuhan hasrat.
- c) Kalangan remaja mudah terhasut dengan iklan yang ditampilkan di berbagai media.

- d) Dengan peranan sikap DIY (*do it yourself*) diharapkan remaja dapat meminimalisir perilaku konsumtif.

2. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan dalam, penelitian merupakan pertanyaan yang efektif , menarik, relevan, harus jelas dan dapat diteliti. Ciri-ciri merumuskan pertanyaan yang baik yaitu berbeda. Pertanyaan dalam penelitian timbul akibat adanya kerancuan atau ketidaksesuaian antara teori dengan fakta. Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis menetapkan pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Apakah faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif di kalangan remaja ?
- b) Bagaimanakah peranan sikap DIY (*do it your self*) dalam meminimalisir perilaku konsumtif di kalangan remaja?
- c) Apa saja dampak perilaku konsumtif bagi kalangan remaja?